

# Ambiente cultural como elemento fundamental na formação do perfil empreendedor

Ligia Greatti (UEM)<sup>1</sup>

José de Jesus Previdelli (FAP)<sup>2</sup>

ISSN 1518-4342

---

## REFERÊNCIA deste trabalho:

GREATTI, Ligia e PREVIDELLI, José de Jesus. Ambiente cultural como elemento fundamental na formação do perfil empreendedor. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/Uel/UnB, 2003, p. 238-248.

## Resumo

A atividade empreendedora é realizada por indivíduos que possuem um grau elevado de percepção. Tais indivíduos conseguem identificar novas oportunidades de negócios através de um processo visionário, combinar recursos e habilidades de forma inovadora para a concretização da idéia e conduzir de forma eficaz o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre empresa, seus colaboradores e o mercado. Embora as características empreendedoras possam ser desenvolvidas ou adquiridas, o principal elemento que influencia a formação do perfil empreendedor é o ambiente cultural no qual está inserido. Considerando tal influência e a importância que o perfil empreendedor exerce na sobrevivência das empresas, este artigo vem com o objetivo de analisar o ambiente de relação dos micro e pequenos empreendedores da cidade de Maringá (Pr), estabelecendo um comparativo entre empresas ativas no mercado e aquelas que tiveram suas atividades encerradas.

## 1. Introdução

No atual contexto de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações e até mesmo sua sobrevivência depende, em grande parte, da capacitação, das habilidades e das características individuais dos seus empreendedores. O empreendedor precisa ter competências que possibilitem, não só inserir uma empresa no mundo dos negócios, como, também, manter sua sobrevivência em um mercado altamente competitivo. Ele deve estar capacitado para criar e, também, para conduzir a implementação do processo criativo, elaborando estratégias que permitam o desenvolvimento da sua organização. O empreendedor é caracterizado como um indivíduo que possui altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados, os capacitam a transformar o que frequentemente começa como uma idéia (visão) simples e mal definida em algo concreto (KETS DE VRIES, 2001).

---

<sup>1</sup> E-mail: [ligreatti@bol.com.br](mailto:ligreatti@bol.com.br)

<sup>2</sup> E-mail: [j2previdelli@uem.br](mailto:j2previdelli@uem.br)

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio (FILION, 1991). É uma pessoa visionária e orientada para a realização, portanto, gosta de assumir riscos e é responsável por suas decisões. Os principais traços que caracterizam o empreendedor são sua disposição para assumir riscos, iniciativa, independência, autoconfiança, criatividade, flexibilidade, energia, perseverança, otimismo, convencimento, planejamento, persistência, relacionamento interpessoal, comunicação, organização, conhecimento de mercado, capacidade de identificar oportunidades, aptidões empresariais, liderança, capacidade de negociação, entre inúmeras outras, que em conjunto formam o perfil do empreendedor, determinando sua maneira de pensar e agir no propósito de criação de algo inesperado. Essas características podem ser desenvolvidas no sentido de formar um perfil empreendedor, no entanto, existem ambientes que favorecem o seu a florescimento. Esse ambiente é o ambiente cultural com o qual o empreendedor se relaciona e que, muitas vezes, traz um modelo a ser seguido.

## **2. Evolução do Empreendedorismo**

Embora o empreendedorismo tenha atingido grande repercussão somente nos últimos vinte anos, o espírito empreendedor sempre esteve presente na história da humanidade, fazendo com que a cultura empreendedora cada vez mais se fortalecesse e se enraizasse na nossa civilização. O empreendedorismo vem sendo estudado desde o século XII, mas mereceu maior importância a partir do século XVIII, ao ser estudado por alguns economistas de renome, como Richard Cantillon (1725), Jean Baptist Say (1803) e Joseph Schumpeter (1912), que associaram o empreendedor à inovação e às forças direcionadoras do desenvolvimento econômico.

Os economistas conseguiram identificar qual era a atividade do empreendedor e o que ele significava para o desempenho econômico, mas não conseguiram criar uma ciência baseada no comportamento dos empreendedores, ou seja, não conseguiram identificar as características que faziam do indivíduo um ser empreendedor. Isso foi o que levou o estudo do empreendedorismo a voltar-se para os comportamentalistas, na busca do entendimento do comportamento e atitudes do empreendedor, bem como na identificação das características que os guiam. Uma das mais primeiras e mais importantes pesquisas das raízes psicológicas sobre empreendedorismo foi exposta no início dos anos 60 por David McClelland, através da qual identificou dez características empreendedoras: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

A abordagem comportamentalista dominou o estudo do empreendedorismo por mais ou menos vinte anos e nos anos 80 o empreendedorismo atraiu a atenção de outras ciências, crescendo e espalhando-se por quase todas as áreas de conhecimento. O empreendedorismo se tornou um dos raros assuntos que atraem especialistas de grande variedade de disciplinas e tem sido estudado sob diversos aspectos, envolvendo temas dos mais variados possíveis.

## **3. O Perfil Empreendedor**

Embora se tente categorizar um perfil empreendedor, os empreendedores não representam um grupo homogêneo, pois assumem muitas formas diferentes, cada um com

suas características próprias. Manfred Kets de Vries (2001) detalha as características únicas e algumas vezes aberrantes que formam o empreendedor. Diz que “os empreendedores parecem ser orientados para a realização, gostam de assumir responsabilidades por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro”. Faz uma abordagem aos empreendedores criativos, colocando que eles possuem altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados e calculados, os capacitam a transformar o que freqüentemente começa como uma idéia simples e mal definida em algo concreto. Para o autor, os empreendedores geram um entusiasmo contagiante dentro da organização e transmitem um senso de propósito e determinação. Sabem como liderar uma organização e dar-lhe impulso e, por isso, representam a força motriz da economia, a riqueza de uma nação e seu potencial para gerar empregos.

Apesar do termo empreendedor apresentar diversos conceitos e aspectos inseridos, é necessário que se delinieie os traços de um empreendedor, para servir aos estudos das condições que levam o empreendedor ao sucesso. O estudo do perfil do empreendedor é o tema central das pesquisas e tem sido de grande valia para a educação na área, pois é através do estudo das características dos empreendedores que é possível ensinar um indivíduo a ser empreendedor ou desenvolver nele tais habilidades. O empreendedorismo é um campo que vem sendo explorado, em profundidade, há muito pouco tempo, mais ou menos 20 anos, e segundo Dolabela (1999a), os cursos nessa área têm-se multiplicado com velocidade surpreendente.

Presume-se que, se uma pessoa tem características comportamentais e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores bem sucedidos, terá melhores condições para empreender. Por outro lado, apesar de não serem somente as características empreendedoras que garantirão o pleno sucesso, sem elas a pessoa poderá encontrar dificuldades em alcançar o sucesso empresarial. Antes de se iniciar no mundo empresarial é importante que o empreendedor realize uma auto-avaliação, refletindo honestamente e objetivamente sobre aspectos fundamentais de sua personalidade. No estágio atual de conhecimento sobre empreendedorismo, sabe-se que ajudar os empreendedores a identificar as características que devem ser aperfeiçoadas, é um fator muito importante para o desenvolvimento pessoal em busca do sucesso empresarial. Hoje há na literatura muita concordância entre os estudiosos sobre características dos empreendedores de sucesso: traços de personalidade, atitudes e comportamentos que contribuem para alcançar o êxito nos negócios. Para Morais (2000, p.111), as características básicas de um empreendedor são: magnetismo pessoal, carisma e respeito pela dignidade das pessoas, e cabe a ele ser sensível e propiciar condições para que os subordinados tenham prazer com seu trabalho.

Segundo Dolabela (1999a), hoje há muita concordância entre os cientistas sobre as características dos empreendedores de sucesso: traços de personalidade, atitudes e comportamentos que contribuem para alcançar o êxito nos negócios. Tais características contribuem para a identificação e compreensão do comportamento que pode levar o empreendedor ao sucesso, servindo de base para o ensino na área. Dando sua contribuição, Dolabela (1999a;b) coloca um resumo das principais características identificadas por Timmons (1994) e Hornaday (1982) em suas pesquisas, que podem ser analisadas no quadro que segue:

Quadro 1: Características do empreendedor segundo Hornaday (1982) e Timmons (1994)

- Tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia;
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- Trabalha sozinho. O processo visionário é individual;
- Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos;
- O fracasso é considerado um resultado como outro qualquer; aprende com eles;
- Tem grande energia e sabe concentrar esforços para alcançar resultados;
- Sabe fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos.
- Diferencia-se e descobre nichos não ocupados por outros no mercado;
- Tem forte intuição, dando mais importância para o que faz e não para o que sabe;
- Tem alto comprometimento. Crê no que faz;
- Cria situações para obter *feedback* sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento;
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- É um sonhador realista, ou seja, sonha, mas é racional;
- É líder. Cria um sistema próprio de relação com empregados e dá liberdade;
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
- Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
- Tece “rede de relações” internas (sócios, colaboradores) e externas (fornecedores, clientes) como suporte para alcançar resultados;
- Conhece muito bem o ramo em que atua;
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- Traduz seus pensamentos em ações;
- Define o que deve aprender para realizar suas visões. Preocupa-se em aprender a aprender;
- Define o que quer, aonde quer chegar, depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo. É um fixador de metas;
- Cria um método próprio de aprendizagem e aprende indefinidamente;
- Tem alto grau de “internalidade”, o que significa a capacidade de influenciar as pessoas;
- Tem a crença de que pode mudar algo no mundo e que pode provocar mudanças nos sistemas em que atua;
- Assume riscos moderados, pois não é um aventureiro. Gosta dos riscos, mas faz tudo para minimizá-los;
- É inovador e criativo. A inovação é relacionada ao produto, diferente da invenção que pode não dar seqüência a um produto;
- Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza;
- Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

**Fonte:** Elaborado com base em Dolabela (1999a, p.37-38) e (1999b, p. 71-72).

Para Carmo-Neto (apud LOPES, 2002, p.27), o empreendedor é um analista, que traz características como: imaginação, capacidade analítica (de reduzir à essência uma atividade, separando os fatos das opiniões, sugestões relevantes das irrelevantes), clareza de raciocínio, visão de conjunto, capacidade crítica, espírito de equipe, persistência, humildade, satisfação profissional e capacidade de comunicação. Azevedo (1992), traz uma série de qualidades pessoais que o empreendedor deve apresentar, para alcançar o sucesso: Capacidade de assumir riscos, habilidade para identificar oportunidades, conhecimento do ramo empresarial, senso de organização, disposição para tomar decisões, faculdade de liderar, talento para empreender, independência pessoal, otimismo e tino empresarial.

Nos estudos e pesquisas realizados sobre o fenômeno do empreendedorismo observa-se que não há consenso entre os estudiosos e pesquisadores a respeito da exata definição do perfil empreendedor. Isto é decorrente da amplitude de disciplinas envolvidas no campo do empreendedorismo. Os estudiosos o definem dando perspectivas de acordo com sua área de

atuação e, portanto, o perfil empreendedor se torna um conceito com uma ampla e profunda definição. Embora nos estudos e pesquisas relacionados com o empreendedor haja muitas diferenças e disparidades a respeito das exatas definições, pode-se perceber que há um consenso entre os estudiosos de que, o que distingue o empreendedor das outras pessoas é a maneira como este percebe a mudança e lida com as oportunidades.

#### **4. O Perfil Empreendedor como resultante do Ambiente Cultural**

O comportamento empreendedor, segundo Drucker (1986), está vinculado ao cultural, ao psicológico, bem como ao tecnológico. Desta forma, existem contextos onde a tendência ao empreendedorismo é maior do que em outros, o que possibilita inferir que a cultura e os valores são fundamentais para a formação do empreendedor. A tese de que os empreendedores nascem feitos, são frutos de herança genética, não é mais aceita pelos estudiosos da área. Os seguidores do meio científico acreditam que é possível que as pessoas aprendam a ser empreendedoras, dentro de um sistema de aprendizagem que estimule e desenvolva as características básicas inerentes aos empreendedores de sucesso.

De acordo com Dolabela (1999a), existem três níveis de relações, o primário, o secundário e o terciário. O primário é constituído por familiares, amigos, conhecidos, ou seja, pessoas que mantém ligações em torno de mais de uma atividade. Esse nível de relações é a principal fonte de formação de empreendedores. O nível secundário é constituído por pessoas que tem ligações em torno somente de uma determinada atividade, formando rede de ligações. O nível terciário é formado por cursos, livros, viagem, feiras e congressos e podem também ser importantes na geração de empreendedores. Baseado neste contexto pode-se dizer então, que empreendedores que nascem prontos são porque o nível primário de relações o influenciou e desconsiderar as razões genéticas.

Na visão de Dolabela “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar seu próprio negócio” (DOLABELA, 1999a, p.28). O meio social, ou seja, a família, a escola, os amigos com os quais a pessoa convive, contribuem para a formação do seu auto conceito (Filion, 1991). Quando há na família pessoas que trabalham de forma autônoma ou que possuem seu negócio próprio, a tendência de surgir novos empreendedores é maior do que em famílias cujos membros sempre assumiram cargos de empregados, pois o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem (hábitos, práticas e valores das pessoas).

Segundo Filion (2000) os “modelos de influência” são de grande importância para explicar os comportamentos empreendedores, pois a maioria dos empreendedores se tornou empreendedor graças à influência de um modelo no seu meio familiar ou próximo, um modelo com o qual ele se identificou. Os seres humanos tendem a reproduzir os seus próprios modelos e a existência de um modelo tem papel fundamental na decisão de fundar um negócio (FILION,1999b). Os empreendedores, segundo o autor, adquirem uma cultura empreendedora pela prática, por assim dizer, no seio da família.

Saindo do âmbito familiar, pode-se alongar o nível de influência e dizer que o empreendedorismo é um fenômeno regional e local, ou seja, existem cidades, regiões, países mais – ou menos – empreendedores do que outros, e os indivíduos, por sua vez, refletem as características do período e do lugar em que vivem. Segundo Filion (1999b), as culturas, as necessidades e os hábitos de uma região determinam os comportamentos de seus habitantes, fazendo do empreendedorismo um fenômeno, acima de tudo, regional. Uma pesquisa

realizada anualmente pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) - instituição formada pela London Business School, o Babson College de Boston e a Fundação Kauffman, aponta o Brasil como o país mais empreendedor do mundo, inclusive a frente dos Estados Unidos. Além disso, o desejo de implantar o seu próprio negócio é uma traço característico do brasileiro, já detectado em diversas pesquisas (e-commerce.org.br, acesso em 26/09/2002)). Desta forma, pode-se dizer que o perfil do empreendedor – características individuais, fatores do comportamento e atitudes que contribuem para o sucesso - pode variar de um lugar para outro.

Leite, E.P.C. (2001) discorda um pouco de Dolabela quando diz que a oferta de empreendedores é enormemente diversificada e variável ao longo do tempo e é influenciada em parte pela genética, pela formação familiar, pelas experiências profissionais anteriores e pelo ambiente econômico e social. Dolabela (1999a) coloca que o empreendedor é influenciado sim pelo ambiente social, familiar e cultural, mas que o espírito empreendedor não está no sangue, ou seja, nada tem haver com o fator genético. O clima sócio-econômico (no caso de empreendedores ‘externos’) e o ambiente corporativo (no caso de empreendedores ‘internos’ ou intraempreendedores) também podem influenciar significativamente o surgimento de empreendedores e da atividade empreendedora. As organizações estão avaliando o seu ambiente macro (política fiscal e econômica, insumos a alto ou baixo custo) quanto ao apoio ou desestímulo à capacidade empreendedora. Da mesma forma o empreendedor interno (intraempreendedor) avalia as condições que a corporação fornece quanto aos incentivos à suas atividades.

Segundo Filion (2000, p.33), “o Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo ainda relativamente pouco explorado: o potencial empreendedor dos brasileiros”. E que para aflorar e disseminar a cultura empreendedora os brasileiros precisam vencer alguns obstáculos, como: falta de autoconfiança e de confiança mútua, falta de disciplina, excesso de burocracia, e, principalmente, a falta de desenvolvimento de abordagens próprias, não derivadas dos Estados Unidos e da Europa. Para conseguir difundir o fenômeno empreendedor, os brasileiros devem se libertar desses obstáculos. Após a libertação de certas barreiras há a necessidade de estimular essa cultura, no sentido de fazer reproduzir o sentimento empreendedor. Dolabela (1999b), coloca alguns motivos pelos quais é importante estimular a cultura empreendedora, as quais são apresentadas no quadro a seguir:

### **Quadro 2: Razões para disseminar a cultura empreendedora**

<b>RAZÕES</b>	<b>MOTIVOS</b>
Auto-realização	Pesquisas indicam que o empreendedorismo oferece graus elevados de realização pessoal. A atividade empreendedora faz com que trabalho e prazer andem juntos.
Estimular o desenvolvimento	O desenvolvimento econômico de uma comunidade é função do grau de empreendedorismo que ela tem. O empreendedor é fator de inovação tecnológica e crescimento econômico.
Incidir no desenvolvimento local	Há uma forte relação entre o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico local. A PME são dependentes da comunidade local, pois é nela que nascem e se forma, encontram recursos humanos e materiais dos quais depende o seu dinamismo e estabelecem sua rede básica de relações.
Apoiar a pequena empresa	Elas nascem em função de lacunas de necessidades não atendidas pelas grandes empresas e são elas as responsáveis pelas taxas crescentes de emprego, de inovação tecnológica, de participação no PIB, de exportação.
Ampliar a base tecnológica	As empresas de base tecnológica surgem no final do século 20 como uma das principais forças econômicas. A universidade como um todo apresenta alto potencial para a criação de novos empreendimentos baseados no conhecimento.
Responder ao desemprego	O empreendedorismo induz a sociedade a formar empregadores, pessoas com uma nova atitude diante do trabalho e com uma nova visão do mundo.
Apontar	Não basta que exista a motivação para empreender, é necessário que o

armadilhas a serem evitadas	a	empreendedor esteja preparado para isto, que conheça formas de análise do negócio, do mercado e de si mesmo para perseguir o sucesso com firmeza.
Reorientar o ensino brasileiro	o	Os valores do ensino brasileiro ainda estão voltados para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho, bem como os cursos de administração são voltados para o gerenciamento de grandes empresas e não de pequenos negócios.

**Fonte:** Elaborado com base em Dolabela, (1999b).

Segundo (Filion, 1999b), quanto mais empreendedores uma sociedade tiver e quanto maior for o valor dado, nessa sociedade, aos modelos empresariais existentes, maior será o número de jovens que optarão por imitar esses modelos, escolhendo o empreendedorismo como uma opção de carreira. É preciso estimular os espíritos empreendedores e acalantar todos aqueles que manifestem interesse em criar seu próprio negócio. É preciso ser receptivo à energia e ao talento em ascensão (Leite, 2002).

#### 4.1. Fatores que inibem o comportamento empreendedor

Existem forças restritivas que são capazes de inibir a ação criativa dos empreendedores e dificultar suas atitudes relacionadas à criação de empresas. Santos (1983), diz que estas dificuldades podem ser categorizadas como:

- *Dificuldades de Conjuntura Econômica:* As políticas econômicas praticadas na atualidade implicam em uma das maiores dificuldades encontradas pelo empreendedor. Na maioria das vezes as idéias do empreendedor são barradas pela dificuldade de captar recursos devido as elevadas taxas de juros praticadas no mercado financeiro e a escassez de linhas de créditos para financiamento. Estes fatores forçam os empreendedores a se arriscarem suportar o alto custo ou muitas vezes a desistir do seu empreendimento.
- *Dificuldades de localização:* A definição do local para instalação da empresa é outro fator que dificulta o processo de criação de novas empresas. Isso ocorre devido a escassez de terrenos dotados de infra-estrutura, cujos preços de aquisição ou locação sejam acessíveis para quem está começando um novo empreendimento.
- *Dificuldades Burocráticas:* As dificuldades burocráticas são aquelas que permeiam, muitas vezes até barrando, as ações do empreendedor durante a fase de elaboração e registro do processo formal de constituição do novo empreendimento. Para atender todas as formalidades, o empreendedor deve satisfazer as exigências de vários órgãos como a Receita Federal, Receita Estadual, Prefeitura, entre outros, o que ocasiona entraves à constituição legal do empreendimento. Uma das barreiras é a demora que o processo de legalização proporciona, mantendo o empreendedor inativo por algum tempo, arcando com maiores custos.
- *Dificuldades Tecnológicas:* A constituição de uma empresa requer do empreendedor a tomada de decisão com relação a tecnologia a ser utilizada. Na ausência de experiência ele enfrenta a dificuldade de decidir técnicas, processos e equipamentos adequados para sua produção.
- *Dificuldades Mercadológicas:* Os empreendedores se deparam com a dificuldade de penetração da empresa ou do produto no mercado, sendo este o fator que irá manter o sucesso do seu novo empreendimento. A idéia do empreendedor pode ser boa mas não é o suficiente, é necessário que haja a aceitação do mercado. E, para isso o empreendedor precisa dispor de um eficiente sistema de informação e coleta de dados.
- *Dificuldades de Concorrência:* O mercado atual se apresenta como um ambiente de grandes desafios e perspectivas para novos empreendimentos. É necessário que o

empreendedor, antes de criar uma empresa, procure reunir informações sobre a concorrência. Essas informações vão possibilitar a definição do Mix de produtos a serem fabricados e a elaboração das estratégias mercadológicas competitivas. Os empreendedores se deparam com o desafio de disputar consumidores e de criar uma empresa verdadeiramente competitiva. A competitividade inibi a capacidade de criação do indivíduo que é pressionado a atender as exigências do mercado.

- *Dificuldades Financeiras:* Por falta de incentivos na captação de recursos, as novas empresas (de pequeno e médio porte) são penalizadas em relação aos aspectos financeiros. Pela falta de estrutura e tradição, as novas empresas não conseguem ter acesso à linhas de crédito para financiar seu capital de giro e enfrentam dificuldades de sobrevivência diante das elevadas taxas de juros vigentes no mercado.
- *Dificuldades do período inicial de operação da nova empresa:* A fragilidade da empresa nova e a insegurança do próprio empreendedor podem colocar em risco a sobrevivência da nova organização. Devido a este fator muitas empresas são paralisadas antes mesmo de completar um ano de atividade.

Para não ser surpreendido por estas e outras dificuldades, o empreendedor precisa de um planejamento para ter segurança de estar percorrendo o caminho certo. Um planejamento traça os objetivos e os caminhos para atingi-los, de forma flexível e fundamentada em conhecimentos, estimativas e finalidades. Apesar do empreendedor se esbarrar com diversas dificuldades, existem forças que o impulsionam enquanto agente do processo de criação de empresas. A família representa uma fonte repleta de apoio e estímulo, pois o empreendedor obtém sua ajuda de diversos tipos, como, por exemplo, ajuda financeira, ajuda com a incorporação da família na equipe de trabalho, ajuda na obtenção de informações e tomadas de decisões. Ela dá uma visão mais abrangente e realista do negócio em si, percebendo algo que muitas vezes passa despercebido pelo empreendedor pelo fato dele estar totalmente envolvido no negócio. Os amigos que já operam com atividades empresariais influenciam positivamente o empreendedor, auxiliando-o e estimulando a concretização de sua iniciativa empresarial. Depois de iniciado o negócio eles dão aconselhamento especializado e indicações que ajudam nas decisões.

A família e os amigos fornecem ao empreendedor o que ele mais precisa no momento de tomar uma iniciativa, o apoio moral. Essas figuras o fazem acreditar na idéia quando é para ser acreditada e desistir dela quando a idéia não é realmente boa. O empreendedor tem nos seus amigos e família uma fonte de apoio durante as diversas fases de constituição e consolidação do seu negócio. Eles representam uma palavra verdadeira na qual o empreendedor sabe que pode confiar. São nessas pessoas que o empreendedor busca força para apostar em sua inovação, e é por isso que as pessoas devem tomar cuidado para não inibir um espírito empreendedor que possa existir em suas famílias, sem ao menos perceberem.

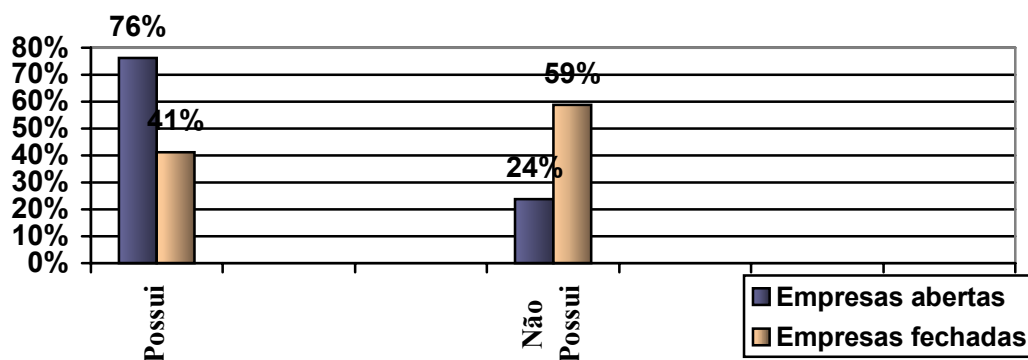
## **5. Relação entre ambiente cultural e a trajetória de sucesso e fracasso empresarial**

O comportamento empreendedor, segundo Drucker (1986), está vinculado ao cultural, ao psicológico, bem como ao tecnológico, portanto, existem contextos onde a tendência ao empreendedorismo é maior do que em outros, o que possibilita inferir que a cultura e os valores são fundamentais para a formação do empreendedor. Uma pesquisa realizada com os empreendedores das micro e pequenas empresas da cidade de Maringá-Pr, analisou entre outras variáveis, o ambiente cultural no qual tais empreendedores estão inseridos. Como o objetivo da pesquisa era estabelecer um comparativo entre o perfil dos empreendedores de sucesso e de fracasso empresarial, dois grupos de análise foram estabelecidos: a)



empreendedores cujas empresas abriram em 1997, 1998 e 1999 e se encerraram com menos de três anos de atividade, e b) empreendedores cujas empresas abriram no mesmo período (1997, 1998 e 1999) e continuam dando andamento em suas atividades. Assim, procurou-se comparar os perfis empreendedores e um dos fatores analisados foi o ambiente de relação dos dois grupos de empreendedores, buscando analisar se ambos convivem dentro de uma cultura empreendedora.

**Figura 8: Empreendedores com família ou amigos próximos envolvidas na área empresarial**



O que se pode perceber é que a maioria dos empreendedores das empresas ativas, 76%, tem familiares e amigos próximos convivendo no meio empresarial, enquanto que, no grupo de empreendedores que encerraram as atividades das suas empresas somente 41% tem contato próximo com pessoas da área empresarial. Os familiares e amigos próximos é o nível primário de relação, ou seja, são pessoas que mantêm ligações em torno de mais de uma atividade e, este nível de relações é a principal fonte de formação de empreendedores (DOLABELA, 1999a). Segundo o autor, o empreendedor é um produto do meio em que vive e, então se há na família pessoas que trabalham de forma autônoma ou que possuem seu próprio negócio, a tendência de surgir novos empreendedores é maior do que em famílias cujos membros sempre assumiram cargos de empregados.

Os empreendedores, segundo Fillion (1999b), adquirem uma cultura empreendedora pela prática, no seio da família e, a maioria daqueles que se tornaram empreendedores foi graças à influência de um modelo no âmbito familiar ou próximo, que o influenciou. Pode-se dizer então que a tendência do empreendedor ser bem sucedido é maior nos casos em que há um ambiente de relação voltado para o empreendedorismo e, os 76% de empreendedores bem sucedidos que possuem tal ambiente contra os 41% dos empreendedores que tiveram suas empresas extintas vai de encontro a tais teorias.

## 6. Considerações Finais

Em face da tendência de constante transformação, de um mundo globalizado e sem fronteiras econômicas, a atividade empreendedora é de fundamental importância para o processo de desenvolvimento econômico de uma comunidade e de uma nação, pois estimula o crescimento, aumenta a produtividade e gera novas tecnologias, produtos e serviços. O desafio que se apresenta é criar ambientes que propiciem o desenvolvimento do espírito

empreendedor, no sentido de estimular o surgimento de novas empresas, novos produtos ou novos métodos de produção.

Para tanto, a cultura empreendedora precisa ser disseminada, fazendo com que cada vez mais indivíduos convivam num ambiente empreendedor, pois o empreendedorismo estimula o desenvolvimento econômico local e nacional, gerando tecnologia, emprego, inovações e renda. Além de contribuir para o desenvolvimento econômico da sociedade, a atividade empreendedora faz com que os indivíduos se sintam cada vez mais realizados, conciliando o trabalho com o prazer que ele traz.

Para que essa cultura seja inserida na sociedade o ensino precisa mudar de valor, ou seja, deixar de ser voltado para a formação de profissionais que irão buscar empregos no mercado de trabalho para voltar-se à formação de profissionais empreendedores, que irão gerar empregos e rendas para a comunidade, através dos próprios negócios. Ainda, é preciso gerar economias e ambientes externos favoráveis ao pequeno negócio, que facilite e estimule o surgimento de empresas, dando oportunidade de competitividade para que consigam sobreviver perante a integração do mercado.

## 7. Referências

AZEVEDO, João Alberto de. **Como iniciar uma empresa de sucesso**. Qualitymark Editora Ltda: Rio de Janeiro, 1992.

BERTOGLIO, B. G. **O empreendedor e o desenvolvimento de suas características comportamentais**. Monografia apresentada para obtenção do grau de especialista do curso Master Business Administration – MBA, da Universidade Estadual de Maringá (UEM) e Universidade Estadual de Cascavel (UNIOESTE). Cascavel – Pr: 1998.

**CARACTERÍSTICAS que transformam um empreendedor em vencedor**. Disponível em: <<http://www.e-commerce.org.br/empreendedor.htm>>. Acesso em: 26 set. 2002.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. C. **O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

\_\_\_\_\_. **Oficina do empreendedor: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura editores associados, 1999b.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. 6º Edição, São Paulo. Pioneira: 1987.

FILION, Louis Jaques. **O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: FGV. v. 31, nº 3, jul-set, 1991. p. 63-72

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração. Universidade de São Paulo (USP). V. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho, 1999(a).

\_\_\_\_\_. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: FGV. V. 39, n. 4, p. 6-20, outubro/dezembro 1999(b).

- \_\_\_\_\_. **O empreendedorismo como tema de Estudos Superiores.** In: Empreendedorismo: Ciência, Técnica e Arte. Instituto Euvaldo Lodi. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000, 100 págs. p. 15-42.
- GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO J., E.; SUNSIN, L. A. DE S. B.. **Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor.** In: Empreendedorismo – Competência Essencial para pequenas e médias empresas. ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Brasília, 2001. p. 9–27.
- GREATTI, L. SENHORINI, V.M. **Empreendedorismo** – uma visão comportamentalista. Anais do I EGEPE – Encontro de Estudos sobre empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Maringá: 2000.
- KETS DE VRIES, Manfred. **Rebeldes criativos com causa.** In: *Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor.* São Paulo: Makrom Books, 2001, pg. 04-07.
- LEITE, Eduardo Pertilli Costa. **A formação de empreendedores como fator de demanda para as incubadoras tecnológicas.** In: Empreendedorismo – Competência Essencial para pequenas e médias empresas. ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Brasília, 2001, p. 159-167.
- LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo criando riquezas.** 3ª Edição. Recife: Bagaço, 2002
- LOPES, Jorge Rafael da Costa. **O perfil empreendedor e a competitividade empresarial na indústria da construção civil de Natal (RN).** 2002. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte.
- MORAIS, Carmem. **Atitudes de empreendedores: os surpreendentes segredos dos empreendedores de êxito.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.
- SANTOS, Silvio Ap. dos. **A criação de empresas industriais: A figura do empreendedor e a influência da tecnologia no processo.** 1983. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA/USP). São Paulo: 1983.
- SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico.** São Paulo: Nova Cultura, 1991.
- SEXTON, Donald & LANDSTRÖM, Hans. **Handbook of entrepreneurship.** Oxford: Blacwell business, 2000.
- SOUZA, Eda Castro Lucas de. **A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa.** In: Empreendedorismo – Competência Essencial para pequenas e médias empresas. ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Brasília, 2001. p. 28-41.